

การศึกษารูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยนำหลักการสื่อสารการตลาด
แบบบูรณาการประยุกต์ร่วมกับหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์
กรณีศึกษา บริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

The Study of Customer Relationship Development by Integrated Marketing
Communication and Customer Relationship Management Principle
(King Power International Co.,Ltd. Case Study)

โดย

นวลฉวี นาคประดิษฐ์

Nuanchawee Nakpradid

งานค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2550